

# 출장보고서

## I. 출장 개요

1. 출장건명: 해외출장 (쌀 브랜드)
2. 출장목적: 일본의 쌀 브랜드 현황 및 관련 정책·사업에 대한 자료 수집
3. 출장지역: 일본
4. 출장기간: 2008. 11. 30. ~ 12. 5. (5박 6일)
5. 출 장 자

부서명(기관명)	직 급	성 명
식품정책연구센터	부연구위원	김성훈

## 6. 출장일정

일 정	주요 활동내역	비 고
11월 30일	김포공항 출발 → 일본 하네다 공항 도착	
12월 1일	전농 미곡부 방문	
	일본 한국대사관 방문	
12월 2일	농림수산성 소비·안전국 방문	
12월 3일	동경도청 산업노동국 방문	
12월 4일	농림수산소비안전기술센터 방문	
	동경대학교 농업자원경제학과 방문	
12월 5일	일본 하네다 공항 출발 → 김포공항 도착	

7. 주요 방문기관 및 면담자

소속 기관	직 급	성 명	연 락 처
전농	과장	나카노 요시요부	+81-3-3245-7134 nakano-yoshinobu@zennoh.or.jp
주일대사관	농무관	이재현	+81-3-5476-3267 hoappa@hanmail.net
농림수산성	과장보	후루하타 토루	+81-3-3502-8111 toru_furuhata@nm.maff.go.jp
	담당관	오모리 준이치	+81-3-3502-8111 juniti_oomori@nm.maff.go.jp
동경도청	과장보	카토 츠요시	+81-3-5320-4834 tsuyoshi_1_katou@member.metro.tokyo.jp
	직원	누마자와 켄이치	+81-3-5320-4834 kenichi_numazawa@member.metro.tokyo.jp
농림수산소 비안전기술 센터	부장	코모토 사치코	+81-48-600-2370 sachiko_koumoto@nm.famic.go.jp
	실장	나카무라 카츠히로	+81-48-600-2387 katsuhiko-nakamura@nm.famic.go.jp
	과장	타카다 키요시	+81-48-600-2374 kiyoshi-takada@nm.famic.go.jp
	과장보	쿠라모치 아키오	+81-48-600-2375 akio_kuramochi@nm.famic.go.jp
동경대학교	교수	나카지마 야수히로	+81-3-5841-5320 anaka@mail.ecc.u-tokyo.ac.jp

## II. 주요 출장 결과

### 1. 일본 쌀 산업 현황

#### 1) 생산 현황

- 쌀은 일본의 주요 농산물로 연간 수확량은 8,546천톤 규모임. 일본 쌀의 5 대 생산지는 니이가타(651천톤), 홋카이도(644천톤), 아키타(540천톤), 후쿠시마(434천톤), 야마가타(419천톤) 순으로 나타남.

2006년 일본 쌀 지역별 생산량(상위 10위)

지 역	재배면적(ha)	10a당 수량(kg)	수확량(톤)
전 체	1,684,000	507	8,546,000
니이가타	120,300	541	650,800
홋카이도	115,400	558	643,900
아키타	94,100	574	540,100
후쿠시마	82,600	525	433,700
야마가타	71,500	586	419,000
미야자키	78,300	510	399,300
이바라키	78,100	504	393,600
토치기	66,700	508	338,800
치 바	62,700	508	318,500
이와테	60,000	520	312,000

자료 : 농림수산성

○ 일본의 최대 쌀 생산 품종은 “코시히카리”이며 수확량은 3,200천톤으로 일본 전체 생산량의 37.4% 점유함. 그 다음으로는 “히토메보래”가 전체의 10% 정도를 차지하고, “아키타코마치”는 전체 수확량의 약 9%를 차지하고 있음.

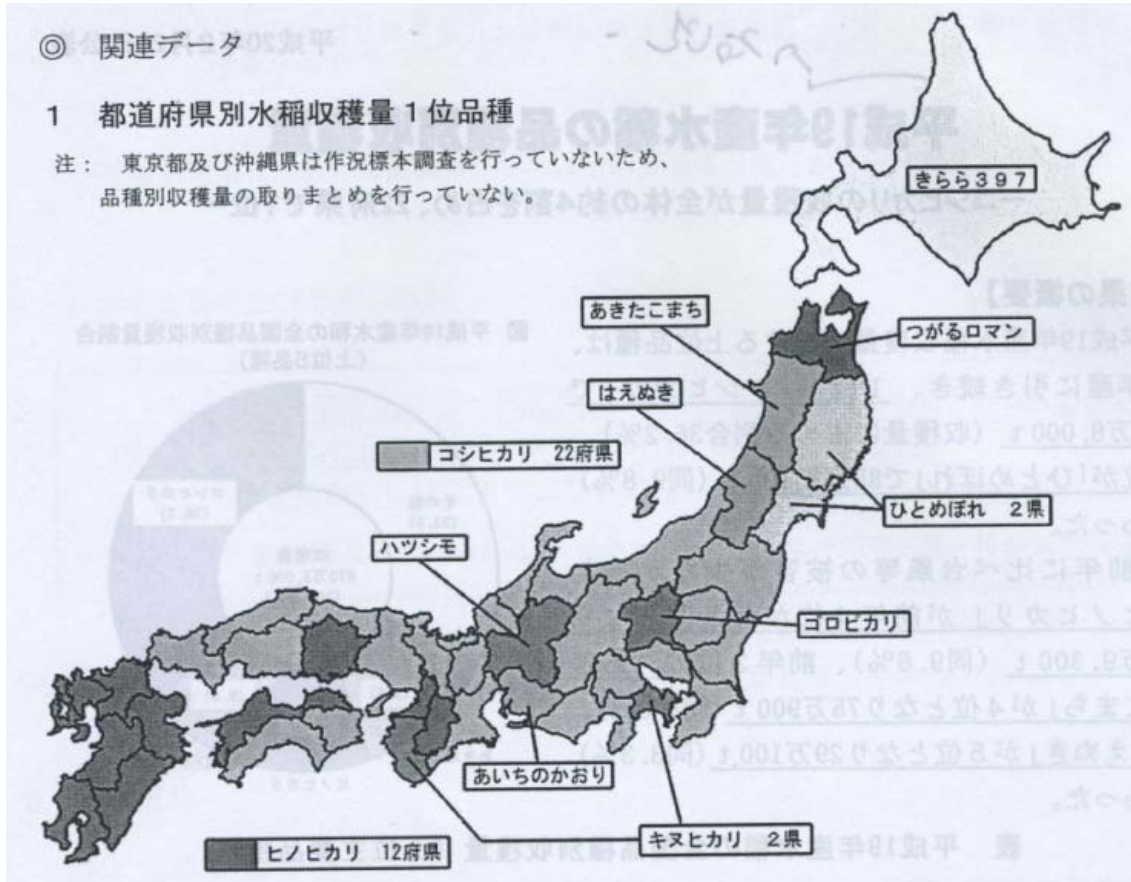
2006년 일본 쌀 품종별 수확량(상위 5개 품종)

수확량 순 위	품 종	재배면적 (ha)	10 a 당 수량(kg)	수확량		전년 수확량 비율(%)
				(톤)	비율(%)	
전국		1,684,000	507	8,546,000	100.0	100.0
1	코시히카리	627,800	510	3,200,000	37.4	37.1
2	히토메보래	162,700	517	840,700	9.8	10.0
3	아키타코마치	139,800	548	766,500	9.0	8.8
4	히노히카리	172,100	409	704,300	8.2	9.2
5	하에누키	48,700	602	293,400	3.4	3.3
—	잡 쌀	58,100	469	272,700	3.2	3.5

자료 : 농림수산성

○ 일본은 지역별로 주로 재배하는 품종이 서로 다르게 나타나고 있어 우리나라와 차이를 보임. 예를 들어 북해도의 경우, “키라라 397”이라는 품종을 가장 많이 재배하고 있음. 그러나 지역별로 볼 때 1위 품종은 “코시히카리”로 많은 지역에서 이 품종을 재배하고 있음.

## 일본의 산지별 재배 1위 품종

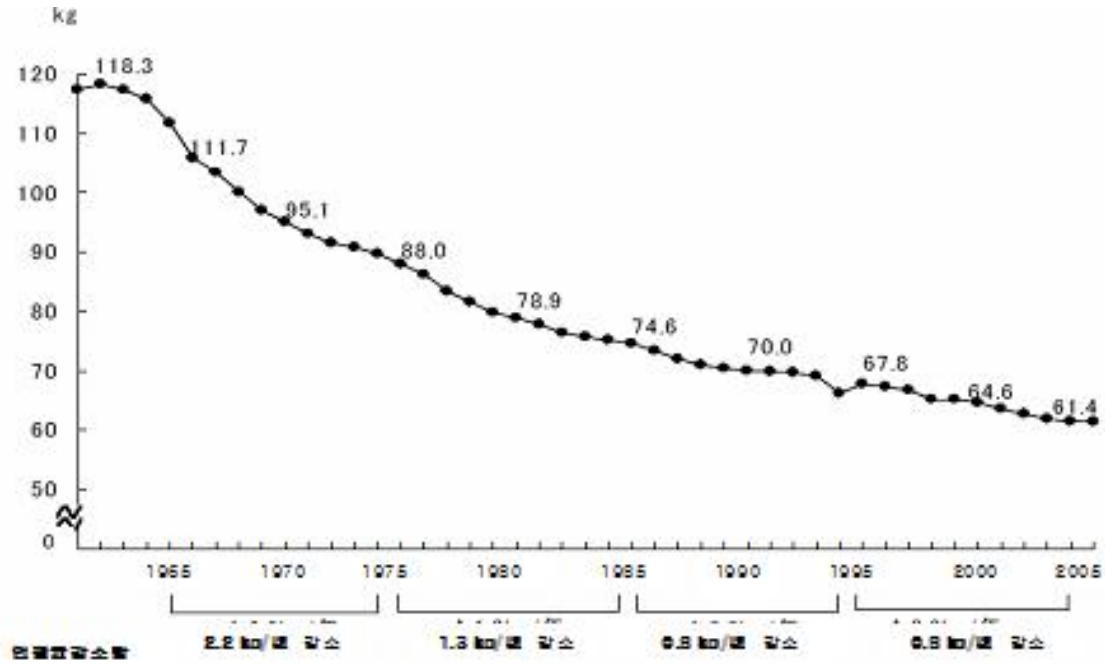


자료 : 농림수산성

## 2) 소비 현황

- 일본 국내 시장에서의 쌀 소비량은 장기적으로 꾸준히 감소하고 있는 것으로 나타났는데, 1인당 쌀 소비량은 1962년을 이후 꾸준히 감소 추세임. 특히, 2005년도에는 1962년 소비량의 절반수준으로 떨어짐.
  - 1인당 쌀 연간소비량 추이 : ('62년)118.3kg→('05년)61.4kg
- 이렇게 쌀 소비량이 지속적으로 감소하는 이유는 여러 가지가 있겠지만, 일본 국민들의 식생활이 서구화되면서 기존의 주식형 식료였던 쌀, 보리 등의 곡물 섭취에서 밀가루, 서류, 과일, 유지류, 축산물의 섭취가 늘어났기 때문으로 판단됨.

### 쌀 소비 추이 (1인당 연간 소비량)



자료 : 농림수산성 「식료수급표」

### 3) 쌀의 국내 가격 동향

- 일본 쌀 가격은 지속적인 하락을 보이고 있는데, 이는 국내 쌀 소비 감소와 좀 더 저렴한 가격의 쌀 브랜드를 찾는 수요층이 많아짐에 따른 결과로 판단됨.
  - 2006년산 쌀의 경우, 2005년산의 가격 이하로 떨어지는 모습을 보이고 있는데, 이는 흉작으로 높은 가격을 유지했던 2003년산 이후의 쌀 가격 하락의 연장선상임.

## 2. 일본 쌀 브랜드 현황

### 1) 일본 쌀 브랜드의 변천

- 일본의 쌀 브랜드는 1969년부터 생겨났다고 보면 되는데, 그 이전에는 정부가 쌀을 관리하고 있었기 때문에 별도의 브랜드가 없었음.
  - 제 2차 세계 대전 이전부터 쌀은 정부의 관리 유통 하에 있었고, 종전 이후 국민의 식량 확보 차원에서 일본 정부는 쌀 증산과 함께 정부미 관리 정책을 진행하였음.
  - 당시 정부미는 품질에 따라 제1 류에서 제5 류까지 구분되었으나, 소비자를 위한 브랜드 개념은 아니었음.
- 1969년에 자주유통제도가 생겨나면서 산지 브랜드 쌀 유통이 시작되었음. 이때부터 일본 쌀은 품종과 산지를 브랜드로 활용하기 시작하였는데, 특히 소비자들의 쌀 맛에 대한 인지도가 높아짐에 따라 정미 상품에도 산지 브랜드가 빠른 속도로 정착되었음.
- 최근에는 소비자의 다양화된 요구에 대응하여 동일한 산지 브랜드 가운데서도 재배방법에 따른 상품차별화를 모색하고 있는데, 대표적인 경우가 친환경 농법으로 재배한 쌀의 브랜드 차별화임.

### 2) 기본 현황

- 일본 쌀(수도용 쌀)의 브랜드 수는 1980년대 초에는 약 130여개에서 2008년에 537개로 크게 증가하였음.
  - 2008년 현재 양조용 현미의 브랜드 수는 180개이고, 찰쌀 현미의 브랜드 수는 86개로 집계됨.
- 또한 쌀 브랜드가 소비자가 먹는 쌀뿐만 아니라 양조용 현미와 찰쌀 현미에도 광범위하게 형성되어 있는 편임.

### 일본의 쌀 브랜드 현황 (2008년 기준)

구분	브랜드 종류 (개)
수도 쌀	537
양조용 현미	180
참쌀 현미	86
계	803

자료: 전농

### 3) 일본 쌀 브랜드의 특성

- 일본 쌀 브랜드는 우리나라와 달리 쌀의 품종과 재배지를 그대로 활용하고 있는데, 대표적으로 “니가타 코시히카리”, “미야기 히토메보레”, “아키타 아키타코마치” 등의 형태임.
- 이들 브랜드의 경우, 산지와 품종 명을 포장 겉면에 브랜드로 표시하는 형태가 대부분인 것으로 나타남.

### 일본 브랜드 포장 사례 (산지와 품종 조합형)



자료:전농

- 일본 쌀 브랜드 중 상위 브랜드인 이들의 평균 가격은 5kg 단위로 2,180엔에서 2,480엔인 것으로 나타남.
  - 이들 브랜드는 일반 브랜드 가격(1,780엔 ~ 1,980엔)에 비해 약 10%에서 40% 높은 가격을 형성하고 있는 것으로 조사됨.
- 한편, 일본 쌀 중 가장 비싼 브랜드는 “니카타 코시하카리” 중 생산자 이름이 들어가는 유기농 쌀<sup>1)</sup>로 5 kg에 1,2000엔을 넘어서는 것으로 알려졌음.

### 상위 브랜드의 평균 가격 (2008년 기준)

브랜드	5kg 당 평균 가격 (엔)
니카타 코시하카리	2,480
미야기 히토메보레	2,280
아키타 아키타코마치	2,180
일반 브랜드	1,780 ~ 1,980

자료: 전농

- 일부 지역에서는 신규 개발 품종 등을 강조하는 브랜드 전략을 취하기도 함.
  - 대표적으로 북해도의 경우 이 지역에서만 주로 재배되는 “키라라 397”, “호시노유메”, “나나츠보시” 품종을 브랜드 전면에 내세우는 전략을 실시하고 있는데, 포장 사례가 아래에 제시되어 있음.
- 그림에 있는 쌀의 제품 포장 사례를 보면, 포장 전면에 품종 명을 크게 부각하고 있는 것을 볼 수 있음. 또한, 만화 캐릭터를 만들어서 포장에 같이 사용하고 있는 것을 볼 수 있는데, 이는 쌀의 주요 소비자의 하나인 어린이에게 해당 브랜드를 친근하게 느끼게 하기 위한 전략의 일환인 것으로 판단됨.

1) 일본 쌀 시장에서 차지하는 유기농 쌀의 점유율은 1% 정도로 아직 매우 낮은 수준임.

일본 브랜드 포장 사례 (품종 중시형)



자료:전농

### 3. 쌀 브랜드 검사

- 일본의 농산물검사는 쌀, 보리, 대두 등 국민생활상 중요한 농산물을 대상 품목으로 하고 있으며 이러한 농산물은 취급 관계자에게는 품위와 함께 산지나 품종이 상품 평가의 중요한 판단 요소가 되고 있음
- 특히 쌀에 대해서는 소비자가 산지, 품종 등의 표시 내용을 확인하여 상품 선택이 이루어지며 적정한 표지를 위해서는 산지, 품종 등의 근거가 되는 것이 필요함.
- 농산물검사는 이러한 요구에 대응하여 품종의 특성 혹은 일정한 산지에서 생산되는 경우, 다른 것과 비교하여 품질 차를 구분하기 위해 산지 및 품종 혹은 그러한 조건들을 종합하여 “브랜드”로서 검사 증명을 행하고 있음.
  - 브랜드에 대해서는 일정의 산지에서 생산됨으로써 생기는 농산물의 특성을 현물로 구별하는 것 이외에 각 수검자(생산자)의 품종별 작부 상황 등 생산정보에 맞도록 정확, 적절하게 판정을 행하고 있음.
- 브랜드 관련 검사는 농산물 생산자로부터의 요청을 받아 도도부현 구역을 단위로 등록을 받아 등록검사기관이 실시하는 것으로 하고 있음.

## 4. 전농 쌀의 산지별 사례

### 1) 니카타

- 니카타의 쌀 생산량은 65만톤으로 전체의 약 8%를 차지하고 있고, 작부 면적은 12만 ha로 전체의 약 7% 수준임.
- 니카타의 쌀의 품질 (밥맛)을 향상시키기 위해, 자체 재배 규범을 만들어 활용하고, 토양 등의 재배 환경을 지속적으로 개선하는 노력을 함.
  - 달성 목표로 일등 쌀의 비율을 전체의 95% 이상으로 설정하고, 단백질 함유율도 코시히카리의 경우 6.0%, 코시이부키의 경우 6.2%로 목표를 정하고 있음.
- 또한 전농은 “안전 안심 쌀” 마크를 일종의 브랜드로 활용하고 있는데, 전농의 자체 심사를 통과한 경우 별도의 “쌀”을 포장에 부착하여 차별화를 꾀하고 있음.
  - 출하 계약시의 JA쌀 비율: 2007년산 코시히카리 99.8%, 2007년산 코시이부키 99.8%

### 2) 미야기

- 미야기의 경우, 적기 재배와 친환경 재배를 통한 쌀 브랜드 차별화를 도모하고 있는데, 특히 친환경 농법의 경우 JA 그룹 미야기 에서 추천하고 있는 “환경보전쌀”이 대표적임.
  - 환경보전쌀: JAS 유기재배 쌀과 농림수산성이 정한 “특별재배농산물 가이드라인”에 근거하여 각 JA가 제시한 생산기준(재배이력 등)에 의해 재배된 미곡
- JA그룹 미야기의 환경보전 쌀 농사는 2010년까지 미야기현 전체의 수도 작부면적의 70%를 목표로 추진본부가 노력하고 있음. 또한, 2007년부터 2009년 (2008년산에서 2010년산)까지 3년간을 전국 운동의 중점 추진 기간으로 하여 추진 중에 있음.

### 3) 홋카이도

- 홋카이도는 쌀 재배를 위한 적지는 아니지만, 별도의 품종을 사용하고 자연에 가장 가까운 곳이라는 이미지를 십분 활용하고 있음. 이를 위해, “크린 농산물(에스 크린 쌀)”을 적극 활용함.
  - 크린 농산물(에스 크린 쌀): 화학 합성농약의 사용 성분 횟수가 일반미(이식)에서 11회, 일반미(직파)에서 14회, 찰쌀에서 11회 이하로, 비료, 화학비료의 사용량 등이 독자의 기준을 만족하는 쌀
  - 에스 클린 농산물표시제도: 홋카이도 클린 농업추진협의회는 홋카이도에서 생산된 클린 농산물에 대한 이해와 신뢰를 한층 높이기 위해 클린 농업 기술을 도입하는 등 일정의 기준을 만족시킨 농산물에 대해 에스 클린 마크를 표시하고 각각의 재배정보를 홈페이지를 통해 홍보 중임.
  
- 그 외 홋카이도의 특징적인 쌀은 다음과 같음.
  - 허브쌀: 포장 주위에 허브를 심음으로써 농약을 줄인 쌀
  - 원적외선 건조, 누적 교반 건조: 보다 자연 건조에 가까운 쌀
  - 이설형 벼저장, 초저온 벼저장: 겨울의 눈이나 냉기를 이용하여 신선을 유지하여 보관한 쌀
  
- 특히, 홋카이도는 다른 지역에서 볼 수 없는 쌀 품종을 재배하여 브랜드 차별화를 시도하고 있는 데, 주요 브랜드(품종)의 특성은 다음과 같음.
  - 나나츠보시: 수량성이 높고, 호시노유메 보다 조금 우수한 극양식미(極良食味) 품종
  - 호시노유메: 장해성 내냉성에 우수하고, 맛이 키라라397을 넘는 극양식미 품종
  - 키라라 397: 밥을 했을 때 하얗고 입자감이 좋은 홋카이도를 대표하는 양식미 품종

## 5. 주요 시사점

- 일본의 쌀 브랜드는 생산지와 품종을 주요 브랜드 요소로 활용하고 있음을 알 수 있는데, 이는 소비자들이 생산지와 품종에 따른 쌀 품질의 차이를 인지하고 소비 행위에 적용하고 있는 점과 지역마다 대표 품종을 가지고 쌀을 재배하고 있는 환경에 따른 결과로 생각됨.
- 우리나라의 경우, 쌀 재배지나 품종 등과는 무관한 브랜드를 개발하여 활용하고 있는 데 (예: 왕건이 반한 쌀 등), 오히려 소비자의 쌀 브랜드 인지도를 저하시키는 결과를 야기하고 있는 것으로 판단됨.